

¿QUÉ SE NECESITA PARA GANAR?



PRÓLOGO

En el Congreso Mundial de la Red de Organizaciones de Promoción del Comercio del 2018 tuvimos la oportunidad de recibir información de primera mano sobre el excelente trabajo de apoyo que están realizando las Organizaciones de Promoción del Comercio (OPC) en los ámbitos de la innovación empresarial, el crecimiento impulsado por el comercio y la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYME).

Mi enhorabuena a todas las OPC que han participado este año en el proceso de selección de los Premios por compartir con los otros miembros de esta comunidad sus mejores prácticas e innovación.

El entorno para el comercio y las inversiones es incierto y por ello las OPC deben seguir ofreciendo soluciones punteras y mostrar en sus intervenciones un mayor valor añadido y adaptabilidad. Las tecnologías digitales, el liderazgo y la inteligencia comercial y de mercados serán de gran importancia para asegurar que las PYME sean competitivas y puedan liderar el crecimiento económico y la creación de empleo.

Los Premios Mundiales de la Red de OPC tienen como objetivo fomentar el desarrollo de nuevas ideas y aspiran a convertirse en una plataforma en la que compartir prácticas que funcionan.

Las OPC participantes en los Premios de la Red de OPC del 2018 demostraron resistencia e innovación en su respuesta a los desafíos a los que se enfrentan. En todo el mundo, estas instituciones están racionalizando sus prácticas y servicios para adaptarlos al cambiante mundo del comercio y la inversión. Las OPC ganadoras destacaron por su visión para beneficiar a sus clientes y por sus prácticas claramente definidas que demostraron la excelencia en el diseño del servicio, la entrega y la medición de los resultados.

Las prácticas innovadoras desarrolladas por las OPC contribuyen a alcanzar los objetivos de la Agenda del 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible al fortalecer las instituciones, promover acciones inclusivas y apoyar el "buen comercio" como base para el crecimiento. Las historias recogidas en esta publicación describen prácticas pioneras que las OPC han puesto en marcha para forjar asociaciones nuevas y duraderas, prestar servicios relacionados con las tecnologías digitales y crear un impacto sostenible e inclusivo.

Las OPC ganadoras de ediciones anteriores consideran que la participación en los Premios de la Red de OPC les ha ayudado a mejorar sus modelos de negocio y a mejorar los servicios relevantes que ofrecen y que tienen un impacto.



Gracias a estas historias y al contacto con ganadoras y participantes, las OPC pueden aprender cómo otras organizaciones están optimizando el uso de las nuevas tecnologías y adaptando sus prácticas para desarrollar nuevos programas que tengan un mayor impacto.

Me gustaría agradecer a todas las organizaciones que se presentaron a los Premios Mundiales de la Red de OPC del 2018. Sois una inspiración para otras organizaciones y para el propio ITC. Habéis mostrado estrategias y liderazgo efectivos en la navegación a través de las tendencias disruptivas que afectan a las PYME y al comercio.

Espero trabajar con vosotros en los próximos años y favorecer así este ecosistema de instituciones que rodean y apoyan a las empresas, y colaborar en nuevas y emocionantes soluciones.

A handwritten signature in blue ink that reads "Arancha González".

Arancha González
Directora Ejecutiva del ITC

LOS PREMIOS MUNDIALES DE LA RED DE OPC

La octava edición de los Premios Mundiales de la Red de Organizaciones de Promoción del Comercio (OPC) tuvo lugar en el marco del Congreso Mundial de la Red de OPC, celebrado en París, del 25 al 26 de octubre de 2018. Más de 300 representantes del comercio y las inversiones provenientes de más de 95 países y 120 OPC nacionales y otras organizaciones de apoyo a la inversión participaron en el evento. Bajo el lema, *Ecosistemas de Comercio e inversión – Cumpliendo con el crecimiento*, los participantes exploraron el nuevo papel de las organizaciones de promoción del comercio y las inversiones como fuerzas conectoras que proporcionan una excelencia continuada a exportadores e inversores al apostar por sus capacidades para la era digital, apoyar el desarrollo de las PYME del futuro y medir el impacto.

Los premios Mundiales de la Red Mundial de OPC reconocen la labor de aquellas OPC que han demostrado un desempeño excepcional en la puesta en marcha de prácticas innovadoras y efectivas de iniciativas de desarrollo de las exportaciones que responden a las necesidades de las PYME para convertirse en actores internacionales sostenibles y competitivos.

Las participantes se presentaron a las siguientes tres categorías:

- Mejor ejemplo de Colaboración
- Mejor ejemplo del uso de las Tecnologías de la Información
- Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible

OPC GANADORAS DEL AÑO 2018

- **Qatar:** Mejor ejemplo de Colaboración (Qatar Development Bank / TASDEER)
- **Ghana:** Mejor ejemplo del uso de las Tecnologías de la Información (Ghana Export Promotion Authority)
- **Nigeria:** Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible (Nigerian Export Promotion Council)

Premio de la Directora Ejecutiva

El Premio de la Directora Ejecutiva del ITC reconoce los servicios de las OPC que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Mongolia ganó el premio por un programa para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas (PYME) destinado a generar ingresos y crear empleo en áreas rurales a través de la diversificación de productos y la adición de valor.

Mongolia: Mongolian National Chamber of Commerce and Industry

Premio de reconocimiento del jurado

Este año, el jurado eligió reconocer la labor de tres participantes adicionales por sus iniciativas innovadoras, buenas prácticas e impacto positivo.

En consecuencia, en la reunión final del jurado, se aprobó la concesión de tres premios adicionales, uno por cada categoría:

- **República de Corea:** Mejor ejemplo de Colaboración (Korea Trade - Investment Promotion Agency)
- **Suiza:** Mejor ejemplo del uso de las Tecnologías de la Información (Switzerland Global Enterprise)
- **Egipto:** Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible (Export Development Authority)

COMPARTIENDO BUENAS PRÁCTICAS

El proceso de solicitud identifica la excelencia a través del impacto que la OPC haya conseguido y de sus buenas prácticas innovadoras. El reconocimiento público de estas es una forma de definir, apoyar y compartir los estándares más altos, así como facilitar que todas las OPC puedan beneficiarse de ellos.

Las candidatas presentaron sus mejores iniciativas en el desarrollo de las exportaciones en una de las categorías disponibles.

Mejor ejemplo de Colaboración

En esta categoría, las candidatas destacaron el compromiso necesario de las asociaciones y redes de contacto para que la iniciativa pudiera mejorar con éxito el desarrollo de las exportaciones.

Mejor ejemplo del uso de las Tecnologías de la Información

En esta categoría se requería que las candidatas expusieran un proyecto de innovación digital que fuera clave en la mejora de la productividad, la eficiencia, la comercialización o la ejecución de la iniciativa de desarrollo de las exportaciones.

Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible

Esta categoría constituye una plataforma para que las candidatas den a conocer sus esfuerzos en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas a la vez que fortalecen la competitividad internacional de sus PYME.

Las candidatas demostraron la innovación y eficiencia en el enfoque de sus procesos de selección y diseño de servicios, así como en la medición y seguimiento de los resultados.

Cada candidata demostró un enfoque único en las actividades comunes que las OPC deben realizar para seleccionar, conceptualizar, desarrollar y poner en marcha sus iniciativas, así como medir el impacto de las mismas. Se seleccionó a las candidatas en base a la innovación y exhaustividad de su enfoque y al impacto demostrado de sus prácticas.

El seguimiento del impacto es de suma importancia

El seguimiento del impacto es un desafío constante para las OPC. Esto se debe a los cambios que ocurren a menudo como resultado de los diferentes programas de desarrollo de las exportaciones. El proceso de presentación de candidaturas

pretende fomentar que las OPC desarrollen e intercambien enfoques innovadores en la medición y el seguimiento de los resultados.

A lo largo de los años, el ITC ha sido testigo de muchas candidaturas con un enfoque muy estructurado en el registro y el análisis de los resultados con el objetivo de mejorar los servicios ofrecidos.

¿QUÉ HAY DETRÁS DEL PREMIO?

Los Premios Mundiales de la Red de OPC están abiertos a todas las instituciones de apoyo al comercio y las inversiones reconocidas oficialmente como organizaciones nacionales para la promoción del comercio. Un jurado formado por profesionales de las OPC, entre los que se encuentran varios representantes de las OPC premiadas en ediciones pasadas, es el encargado de examinar las candidaturas.

Estos prestigiosos premios bienales gozan del reconocimiento de las OPC de todo el mundo, así como de la comunidad empresarial, los gobiernos y las agencias internacionales.

¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DE LA PARTICIPACIÓN EN LOS PREMIOS?

- La información relacionada con la participación de las OPC puede utilizarse en actividades de relaciones públicas nacionales con el fin de mostrar su efectividad a los encargados de formular políticas y mejorar su influencia en las partes interesadas;
- El reconocimiento por parte de otras OPC;
- Las ganadoras podrán incluir el logotipo de ganador de los Premios Mundiales de la Red de OPC en todas sus comunicaciones corporativas;
- Las ganadoras aparecen en un lugar destacado del sitio web de la Red de OPC (www.tponetwork.net) y en las actividades de promoción del ITC;
- El aprendizaje y la mejora gracias al intercambio de conocimientos entre los miembros del personal y los intercambios con otras OPC;
- Las prácticas ganadoras podrán usarse como ejemplos de buenas prácticas en los programas de fomento de la capacidad del ITC.



Hassan Al Mansoori, Consejero delegado, Qatar Development Bank, (QDB) TASDEER

GANADOR

MEJOR EJEMPLO DE COLABORACIÓN



QDB

بنك قطر للتنمية
QATAR DEVELOPMENT BANK

QATAR DEVELOPMENT BANK – TASDEER

“ Juntos, ayudamos a que las empresas desarrollen su capacidad de exportación, establezcan relaciones con nuevos socios comerciales y adquieran conocimientos sobre las reglas del comercio mundial. Nuestro éxito radica en la búsqueda constante de nuevas oportunidades. Buscamos e identificamos oportunidades y asociaciones prometedoras a través de los procesos de selección y escrutinio del banco. Un buen ejemplo de estos esfuerzos es la fructífera asociación con Business France. ”

Abdulaziz bin Nasser Al-Khalifa, Director Ejecutivo, Qatar Development Bank, (QDB)

“ Para lograr el éxito y atender las necesidades de su base de clientes de una forma efectiva, la OPC ideal debería estar completamente orientada a las necesidades del cliente, respetada por el gobierno de su país y disponer de una buena financiación y liderazgo. ”

Hassan Al Mansoori, Consejero delegado, Qatar Development Bank, (QDB) TASDEER

El programa Tasdeer del Qatar Development Bank fue premiado por su Iniciativa de Preparación para la Exportación (ERI, por sus siglas en inglés), una colaboración con Business France, que ha probado ser útil y de gran valor para las pequeñas y medianas empresas de Qatar.

UNA RELACIÓN BENEFICIOSA PARA AMBAS PARTES

La colaboración con Business France comenzó tras el Congreso Mundial de la Red de OPC celebrado en Kuala Lumpur en el año 2012 y es beneficiosa para ambas partes. El programa Tasdeer de Qatar Development Bank / TASDEER aprovecha los recursos a nivel mundial de los que dispone la organización comercial francesa, mucho mayor que el primero, y con un alcance mundial significativo.

Tasdeer es el brazo del QDB que apoya la ejecución de la estrategia nacional de exportación de Qatar. Por su lado, Business France es una agencia gubernamental francesa creada con el fin de integrar la promoción de comercio y la inversión internacional, y que cuenta con una red mundial con unas 87 oficinas tanto en Francia como en otros 70 países y unos 1.500 trabajadores al servicio de unas 120.000 PYME exportadoras.

ENFRENTARSE A LA CRISIS - ADAPTARSE AL CAMBIO

En el año 2015, Qatar se enfrentó a un gran descenso en las exportaciones debido en gran medida al impacto de los continuos precios bajos del petróleo y a un clima geopolítico impredecible en la región del Golfo Pérsico. La dirección del QDB se vio obligada a revisar su estrategia y a adaptar sus servicios a la nueva situación.



A pesar de las dificultades en el país para poder exportar productos debido al bloqueo económico, la Iniciativa de Preparación para la Exportación, con el apoyo de Business France, fue capaz de minimizar las dificultades económicas y hacer de esta caída de las exportaciones una oportunidad de negocio.

¿POR QUÉ GANARON?

Las PYME de Qatar se enfrentaron al reto de disponer de mercados limitados para sus productos y necesitaron adaptarse, encontrar nuevos mercados y cambiar sus estrategias comerciales a fin de cumplir con los requisitos de los nuevos compradores. Business France puso a su disposición una amplia gama de opciones, entre las que se incluían la formación, el desarrollo de bases de datos y el acceso a una biblioteca de información comercial. Su formador en materia de exportación, residente en Doha, les proporcionó un servicio de ventanilla única de asesoramiento, evaluación y motivación a las PYME de Qatar dispuestas a exportar y que no estuvieran relacionadas con el sector petrolero.

UN PROCESO DE 10 PASOS PARA LA INICIATIVA DE PREPARACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN

La Iniciativa de Preparación para la Exportación dispone de un proceso de diez pasos destinado a las nuevas PYME entre los que se incluyen las siguientes:

- Visitas a los locales de producción de las PYME;
- Evaluación de la preparación del producto y los mercados;
- Ajuste del desarrollo de la capacidad;
- Sesiones informativas sobre las oportunidades de financiación y seguros de exportación del QDB;
- Entrega de información sobre inteligencia de mercados;
- Desarrollo de un plan estratégico de exportación;
- Creación de redes de contactos y participación en ferias comerciales;
- Obtención de un certificado de éxito en las exportaciones;
- Ayuda con asuntos portuarios y aduaneros.

Estos pasos se repiten cada vez que es necesario. La base del funcionamiento de la Iniciativa de Preparación para la Exportación del programa Tasdeer del QDB es el conocimiento de las necesidades de sus clientes. Las interacciones personales son por tanto esenciales para ofrecer a los clientes el asesoramiento necesario en el momento correcto.

En paralelo al trabajo realizado con la ERI, Business France ayudó al equipo de Tasdeer a fortalecer su propia capacidad y conocimientos sobre la exportación. A finales del año 2017, la aceleración de la iniciativa ERI había permitido que 69 nuevas PYME estuvieran listas para exportar.

El equipo de Tasdeer presentó las empresas de Qatar a la Red Europea para las Empresas (REE), con lo que se evitaron los anteriores intermediarios y se facilitó que establecieran tratos comerciales directamente con proveedores y compradores en nuevos mercados prometedores.



QATAR DEVELOPMENT BANK – TASDEER

CONTACTO

Hassan Al Mansoori
Consejero delegado

DIRECCIÓN

Grand Hamad Street
Doha
Qatar

SITIO WEB

www.qdb.qa

En los últimos cinco años, se han añadido el cuidado de la salud, la ingeniería, la informática y la joyería a la lista de productos y servicios para la exportación.

Entre los nuevos mercados para la exportación se encuentran China, Sri Lanka, Sudáfrica, Turquía y Omán. Algunas empresas participantes indicaron que en la actualidad su número de clientes de exportación es cuatro veces mayor que antes de comenzar con la iniciativa ERI.

En marzo de 2018, el programa Tasdeer del QDB y Business France firmaron su quinto acuerdo técnico sucesivo de colaboración con el objetivo de continuar con la diversificación de la economía de Qatar y el fortalecimiento de su mercado de exportación. Se crearon nuevos acuerdos comerciales con Australia, Islandia, Noruega, Singapur y Suiza, entre otros. En junio de 2018, 250 PYME de Qatar apoyadas por la iniciativa estaban exportando activamente.

BENEFICIOS DE LA FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN DE TASDEER

“Entre las ventajas de trabajar con Tasdeer destacamos el trato personalizado y directo. En vez de tener que buscar información aquí y allá, Marc y el equipo de Tasdeer nos conocen lo suficiente como para acercarse proactivamente y proporcionarnos información comercial y de mercados específica para nuestro producto en particular. Ese apoyo personalizado significa mucho para nosotros y nos ahorra mucho tiempo y dinero.”

**Manoj Kumar, Director de Operaciones,
Al Bedaya Steel Industries**

OPINIONES DE LOS CLIENTES DE QATAR- SUPERACIÓN DE LAS BARRERAS AL COMERCIO

“La crisis supuso la pérdida de nuestros principales clientes, pero no nos rendimos: Tasdeer nos ayudó al proporcionarnos unos informes de país de gran calidad. En la actualidad tenemos cuatro veces más clientes que antes del bloqueo y el 85% de nuestros productos de papel reciclado van a nuestros nuevos mercados de China, Sri Lanka, Sudáfrica, Turquía y Omán.”

**Abdullah Ibrahim Al-Suwaidi, Director General,
Elite Paper Recycling**



Afua Asabea Asare, Directora Ejecutiva, Ghana Export Promotion Authority

GANADOR

MEJOR EJEMPLO DEL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



GHANA EXPORT PROMOTION AUTHORITY

La plataforma Market Hub de la Ghana Export Promotion Authority se ha convertido en una parte integral de su esfuerzo para proporcionar a sus clientes, en su mayoría MIPYME, información simple, relevante, puntual y orientada al mercado. Como la OPC nacional encargada de desarrollar y promocionar las exportaciones no tradicionales, una de nuestras operaciones básicas consiste en proporcionar información a los diferentes actores comerciales dentro del ecosistema de la exportación.

**Afua Asabea Asare, Directora Ejecutiva,
Ghana Export Promotion Authority**

La Ghana Export Promotion Authority (GEPA por sus siglas en inglés) fue galardonada por su plataforma Market Hub, una herramienta en línea que facilita información fiable, pertinente y puntual a la comunidad de exportadores en Ghana, así como a los compradores externos que deseen adquirir productos de este país.

La GEPA diseñó la plataforma como respuesta a un análisis integral y multidimensional de las necesidades de sus clientes. Una rigurosa auditoría reveló que existía un gran desajuste entre la información que necesitaban las empresas y la que ofrecía la GEPA, que consistía en publicaciones impresas disponibles in situ. La revisión de las buenas prácticas en el suministro de información de otras OPC ayudó a esta revisión del sistema.

RESPUESTA A LA BASE DE CLIENTES DE LA OPC

El análisis de las necesidades de sus clientes reveló una gran demanda de información en tiempo real sobre los mercados extranjeros, así como sobre nuevos mercados con un potencial sin explotar. Los clientes de GEPA son principalmente PYME manufactureras, artesanos y agricultores. Estos últimos exportan productos cultivados en las diversas regiones y climas del país y necesitan acceder fácilmente a datos específicos sobre productos, compradores y otra información relevante que les permita tomar decisiones estratégicas informadas y hacer crecer sus negocios.

La GEPA se dio cuenta que necesitaba transformar su servicio de suministro de información si quería mantener su relevancia. También se propuso actualizar la tecnología disponible para poder responder a las expectativas de sus clientes con solo un clic. La GEPA también ideó una manera de poder ofrecer algunos de sus servicios a través de la plataforma, en particular el desarrollo de la capacidad.

ACCESO ININTERRUMPIDO A LA INFORMACIÓN DE MERCADO

El equipo de la GEPA creó una plataforma en línea capaz de proporcionar de manera eficiente e ininterrumpida información esencial de mercado. Además, la integró en su sitio web, con lo que recopilaron una gran cantidad de información, y creó perfiles diferentes para cada PYME que pueden filtrarse por producto o servicio.

El equipo también dirigió la creación de recursos tales como videos animados y funciones incorporadas de redes sociales. Es posible acceder a la plataforma a través de WhatsApp y dispone de una gran variedad de herramientas digitales, como fuentes de RSS, que permiten recibir actualizaciones del contenido en un formato electrónico estandarizado.



FOMENTO DE ASOCIACIONES

A pesar de ser una nueva realidad para la GEPA y de la gran inversión realizada, para la que se necesitó una mejora del conocimiento sobre tecnologías digitales, el apoyo de los asociados de la GEPA fue incalculable. La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) proporcionó formación extensiva al personal de la GEPA y Globally Cool, expertos en el desarrollo de portales comerciales, estuvieron involucrados en el diseño de la plataforma.

El compromiso con la iniciativa fue unánime en la organización y gracias a la financiación de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza (SECO) y a una asociación operativa con la ONUDI, un Comité Directivo formado por la GEPA y la ONUDI dirige y supervisa los objetivos, planes y productos finales. La GEPA se basó en la guía en línea de 10 pasos para el desarrollo de un portal de inteligencia comercial del ITC para poner en marcha el proyecto y mejorar la calidad y el alcance de su servicio de información de mercado.

ALINEACIÓN CON LOS OBJETIVOS DEL PAÍS

La plataforma está completamente alineada con la estrategia de la organización consistente en proporcionar de una manera rápida recursos de gran relevancia para exportadores y otros actores comerciales sobre productos prioritarios con el fin de contribuir a la estrategia nacional de exportación. La plataforma pretende convertirse en un elemento clave para la consecución del objetivo del gobierno de que el valor de las exportaciones no tradicionales alcance los cinco mil millones de dólares de los Estados Unidos en 2021. Los portales para exportadores y compradores constituyen accesos inmediatos a la información clave para la comunidad exportadora nacional y permiten a los compradores extranjeros ver qué productos ofrece el país.

MEDICIÓN DE RESULTADOS

Market Hub ya tiene un alcance mayor que el servicio de información de la GEPA y registra un número considerable de visitantes diarios tras solo un año de funcionamiento. También ha fomentado que las partes interesadas mejoren sus propias empresas por medio del desarrollo de sitios web y el lanzamiento de campañas de promoción en línea más activas. Con todo ello se fortalece la red de la GEPA, el perfil de las propias empresas y su relevancia dentro de la comunidad comercial.

El análisis realizado por Google Analytics de las visitas a la plataforma Market Hub tras su primer mes en línea reveló que el número fue dos veces superior a lo previsto, con 4.500 visitas mensuales únicas y 10.705 visitas mensuales de media. Además se indicó que el 86% de los visitantes era nuevo, siendo el restante 14% visitantes que regresan.

Los testimonios y comentarios positivos de los exportadores demuestran el potencial para mejorar la relación entre la GEPA y sus clientes y aumentar su satisfacción.

La GEPA ha documentado una mayor eficiencia gracias a la reducción de los costes derivados de la recuperación de la información. La disminución del número de visitas de clientes a las instalaciones de la GEPA ha hecho que el personal pueda disponer de más tiempo para desarrollar servicios adicionales de calidad para sus clientes. No obstante, cabe recordar que la plataforma no fue ideada con el fin de reemplazar el contacto humano con los clientes.

UN RECURSO PARA LA PROMOCIÓN REGIONAL DE LA FORMACIÓN Y LAS EXPORTACIONES

La Escuela de Exportación de la GEPA, que organiza sesiones de formación a diversos exportadores en las ocho regiones de Ghana, utiliza la plataforma como recurso catalizador del aprendizaje y para motivar a sus clientes exportadores. Las PYME reciben formación sobre cómo usar la plataforma y las herramientas que ofrece, como por ejemplo la Guía para la exportación.



GHANA EXPORT PROMOTION AUTHORITY

CONTACTO

Abdallah Zakari Khalifa Banda
Subdirector, Servicios, manufacturas y petroquímicos
Administrador de la plataforma Market Hub de la GEPA

DIRECCIÓN

5th Circular Road
1st Floor Ghana Freezones Building
Cantonments Accra
Ghana

SITIO WEB

www.gepaghana.org

ABIERTA AL MUNDO – CONSTRUCCIÓN DE LA CONFIANZA DEL CLIENTE

La plataforma ha captado el interés de compradores que pueden usar ahora el Portal de Compradores para contactar con los exportadores del país directamente o realizar consultas más generales con la GEPA. La organización realiza regularmente encuestas entre los exportadores para analizar la cantidad y la calidad de los contactos y comprobar si se ha producido un aumento en las ventas.

La plataforma ha mejorado la reputación de la GEPA. Muchos de los principales exportadores y asociaciones han confirmado que la Market Hub se ha convertido en el referente de información sobre el comercio de exportación en Ghana.

EL FUTURO DE LA PLATAFORMA PARA LA EXPORTACIÓN DE GHANA

Al contrario que muchas de las plataformas en línea mundiales que proporcionan información comercial, la GEPA mantiene la Market Hub como una continuación del servicio personalizado y a medida que ofrece a sus clientes. La capacidad de las PYME en Ghana es diversa. La plataforma constituye una herramienta para mejorar su conocimiento sobre la exportación y ayuda a promocionar el potencial exportador de Ghana a nivel mundial.

¿Cuáles son los siguientes pasos? La GEPA considera que el comercio electrónico podría ser la evolución natural de la Market Hub en el futuro.

“Es una buena plataforma que me ha ayudado a atraer nuevos compradores de Turquía. Es un buen escaparate y el fiel testimonio de que la GEPA tiene la capacidad necesaria para ayudar a los exportadores. Nos está ayudando enormemente.”

Kofi Asare-Koranteng, Director Ejecutivo y dueño, Asarco Cacao Processing Company Ltd





Olusegun Awolowo, Director Ejecutivo, Nigerian Export Promotion Council

GANADOR

MEJOR INICIATIVA PARA ASEGURAR UN COMERCIO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE



NIGERIAN EXPORT PROMOTION COUNCIL

El programa de formación Zero to Export (desde cero a la exportación) ha mejorado la capacidad de nuestras MIPYME y la supervivencia y sostenibilidad de sus negocios, y las ha hecho relevantes dentro del ecosistema de exportación de Nigeria. Estoy contento con el éxito del programa ya que nos ayuda a cumplir nuestro objetivo de alcanzar un desarrollo socio-económico inclusivo a través de la promoción de exportaciones no relacionadas con el petróleo. Merece la pena subrayar que la mayor parte de los beneficiarios del programa son mujeres y jóvenes emprendedores.

**Olusegun Awolowo, Director Ejecutivo,
Nigerian Export Promotion Council**

El Consejo de Nigerian Export Promotion Council (NEPC, por sus siglas en inglés) fue galardonado por su iniciativa Zero to Export, un programa de desarrollo de capacidad diseñado para hacer del éxito a escala nacional una oportunidad para la exportación y ayudar así a convertir el sector de las exportaciones no petroleras en un contribuidor al producto interior bruto del país.

El gobierno de Nigeria encomendó al NEPC construir cadenas de valor sostenible, abordando el mercado de las exportaciones como una de las formas de hacer frente a los innumerables problemas económicos que afronta el país. La agricultura, la minería, las tecnologías de la información y las comunicaciones y la manufactura son normalmente sectores en los que las pequeñas y medianas empresas de Nigeria, incluidas las cooperativas, tienen oportunidades de negocio.

Estas empresas están dirigidas por una población joven y vibrante con ideas innovadoras y ganas de empezar en el

sector de la exportación, pero que, no obstante, carece de las habilidades necesarias para competir en los mercados internacionales.

ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS

El análisis de la situación antes del desarrollo del programa Zero to Export realizado por el NEPC reveló que muchas de esas empresas carecían de los conocimientos necesarios para expandirse satisfactoriamente en el mercado de la exportación. Los retos eran muchos e incluían la falta de conocimientos sobre la exportación, la falta de experiencia para adaptarse a los requisitos de los compradores y la falta de cooperación con otras PYME.

Además, para un gran número de empresas resultó difícil aumentar el capital circulante para desarrollarse y crecer con el fin de estar listas para la exportación.

Las necesidades de las PYME son diferentes en cada región del país, por lo que es necesario disponer de mentores locales. Con el fin último de preparar a las PYME para la exportación y mejorar sus habilidades, el NEPC diseñó el programa Zero to Export, en el que se hace énfasis en la formación de los exportadores actuales y potenciales sobre los procesos de exportación, se proporciona información sobre productos y mercados y se mejoran las habilidades sobre comercialización y gestión.

DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE EXPORTACIÓN SOSTENIBLE

El primer paso fue determinar las necesidades de formación específicas de los exportadores actuales y potenciales. El NEPC realizó un análisis de las fortalezas y debilidades para tener un mayor conocimiento sobre las capacidades de cada PYME y comenzó a desarrollar un plan individualizado de formación y asistencia para el acceso a los mercados.



El objetivo era desarrollar un programa que impulsara la capacidad exportadora de esta comunidad de pequeñas y medianas empresas, crear un sector exportador sostenible que estuviera alineado con la estrategia nacional de exportación y diversificar las exportaciones de Nigeria para reducir su dependencia del sector petrolero.

UN ENFOQUE PARTICIPATIVO

El enfoque participativo tuvo un gran peso en el diseño del programa, lo que ayudó a hacer un uso óptimo de los limitados recursos y fortaleció la capacidad del personal del NEPC. Los socios y participantes, entre los que se encontraba el personal del NEPC, acordaron las actividades del programa, los objetivos y los indicadores de procesos. La formación fue beneficiosa para todos: el NEPC, las PYME, los asociados, los compradores y las redes regionales del NEPC mejoraron sus capacidades para satisfacer las necesidades de las PYME.

Fue necesario superar varios obstáculos prácticos para poder exportar. Por ejemplo, la presencia de contaminantes en las alubias para la exportación no permitía su acceso al lucrativo mercado de la Unión Europea. El NEPC trabajó con el Servicio Aduanero, el Servicio de Cuarentena Agropecuaria, la Agencia Nacional para la Administración de Alimentos y Medicamentos, entre otros, con el fin de mejorar los procesos y restaurar el acceso a este mercado. La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial y la Wageningen University de los Países Bajos realizaron labores de asesoramiento en este proceso.

También se facilitó la exposición de las PYME a ferias comerciales, compradores y otras instituciones relevantes. Con el apoyo de la Embajada de los Países Bajos en Nigeria y el Centro para la Promoción de las Importaciones de Países en Desarrollo (CBI, por sus siglas en inglés), que también proporcionó apoyo técnico para mejorar las habilidades del personal del NEPC y de las PYME, un pequeño equipo pudo visitar la feria comercial ANUGA para tener un mejor conocimiento sobre los mercados europeos.

FOMENTO DE ASOCIACIONES

Como muchas OPC, el NEPC tiene dificultades para asegurarse una financiación sostenible. Este es uno de los retos significativos al que hubo que hacer frente para poner en marcha el programa Zero to Export. Las asociaciones estratégicas formadas por el Programa Nacional Ampliado para el Comercio y el Transporte, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, el Centro para la Promoción de las Importaciones de Países en Desarrollo y otras instituciones financieras y organizaciones internacionales de comercio pusieron a disposición del programa los recursos y conocimientos necesarios para fortalecerlo y contribuir a su éxito.

CREACIÓN DE UNA MENTALIDAD POSITIVA - CREACIÓN DE CONFIANZA

En el programa Zero to Export se proporcionó formación, evaluación y orientación presencial, que continuaron tras la fase final de la exportación. El NEPC fue capaz de crear confianza en todas las fases del proceso. Este apoyo hizo posible la creación de una relación fuerte entre el NEPC y todas las PYME y en consecuencia estas incluso proporcionaron información comercial sobre los negocios realizados y las órdenes de exportación recibidas.

ECONOMÍAS DE ESCALA

Debido al alto coste de la exportación de productos en Nigeria, el NEPC alentó la creación de alianzas para aunar recursos y compartir los gastos. Como resultado, se crearon 10 cadenas de valor, alianzas y cooperativas para la exportación, apoyadas por un capital de 1,3 millones de dólares de Estados Unidos concedido por tres bancos.



NIGERIAN EXPORT PROMOTION COUNCIL

CONTACTO

Olusegun Awolowo
 Director Ejecutivo
 Nigerian Export Promotion Council

DIRECCIÓN

Plot 424, Aguiyi Ironsi Street
 Maitama, Abuja
 Nigeria

SITIO WEB

www.nepc.gov.ng



En 2016 y 2017, más de 500 exportadores recibieron formación y las ventas a Europa alcanzaron los 22 millones de euros y generaron 338 nuevos puestos de trabajo en 12 empresas. Entre las nuevas exportaciones, valoradas en 30 millones de dólares de Estados Unidos al año, se incluían jengibre, anacardos, productos derivados del cacao, hibisco, semillas de sésamo, columbita para uso en aleaciones, monalita para uso en ingeniería y gemas de circonio.

PLANES FUTUROS

El NEPC ya está haciendo planes para el futuro y tiene la intención de ampliar el programa Zero to Export y ponerlo en marcha en otros subsectores. Además, tiene planeado la creación de una institución para la formación en materia de exportación con la asistencia de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial y crear una plataforma digital de formación en materia de exportación para formar a la nueva vanguardia de exportadores.

Como muchas OPC, el NEPC ha hecho frente a varios contratiempos y retos. También ha reconocido sus propios puntos fuertes y débiles. La perseverancia ha sido la clave de su éxito.

“ Pude poner en práctica en mi empresa el conocimiento que adquirí y hacer ofertas competitivas para un contrato europeo. Fui capaz de darles mi punto de vista sobre sus opiniones y estuvieron agradecidos por mis consejos y sorprendidos a la vez por el nivel de conocimiento específico por parte de mi organización. Estoy muy agradecido por la formación. ”

*Haj Maryam Garba, Director General,
 Ari'am Global Investment Ltd.*

“ No solo eran solo conocimientos. La formación me dio la confianza necesaria para lanzarme en el negocio de la exportación, que es mi pasión. ”

Akilu Mohammed, Dan Kano Farms Nigeria Ltd.

PREMIO DE LA DIRECTORA EJECUTIVA



MONGOLIAN NATIONAL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ProValue facilita que los productores rurales en áreas desfavorecidas expandan los mercados para sus productos y obtengan unos mayores ingresos. La MNCCI está orgullosa de ser, junto con sus asociados alemanes, el motor clave en este proyecto. Estamos satisfechos de ver que las filiales locales de la MNCCI hayan aumentado su número de socios y reputación como resultado.

Magvan Oyunchimeg, Consejero Delegado, Mongolian National Chamber of Commerce and Industry

PROMOCIÓN DE LA CREACIÓN DEL VALOR AÑADIDO

Mongolia fue premiada por su proyecto ProValue, diseñado para añadir valor a la lana y el espino amarillo, una baya local.

La Mongolian National Chamber of Commerce and Industry (MNCCI, por sus siglas en inglés) se asoció con la Asociación de Cámaras de Comercio e Industria de Alemania y el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania para ofrecer apoyo a la población de las provincias de Uvs y Arkhangai.

Al añadir valor a la lana de cachemir y el espino amarillo, el proyecto pretende impulsar su producción y aumentar las oportunidades para generar ingresos en las áreas rurales, con lo que se contribuye a reducir la pobreza.

PROYECTO PROVALUE – ADICIÓN DE VALOR PARA COMPETIR EN LOS MERCADOS GLOBALES

Mongolia es uno de los mayores proveedores de lana virgen a nivel mundial. Los cálculos sugieren que Mongolia podría ganar más de 150 millones de dólares de Estados Unidos anuales si procesara la lana y creara productos competitivos para la exportación.

El espino amarillo, una fuente rica en Omega 7, representa el 92% de la producción de frutas y bayas del país. Con el objetivo de aumentar las exportaciones, los analistas sugieren que los productores diversifiquen los productos obtenidos del espino amarillo y mejoren el empaquetado y el etiquetado.

El proyecto de cooperación de la MNCCI, ProValue, proporciona apoyo técnico y organizativo y facilita el procesamiento de estas materias primas. Estas actividades están ya incrementando los beneficios en ambos sectores.

CREACIÓN DE GRUPOS – FORTALECIMIENTO DEL CONOCIMIENTO Y FOMENTO DE LA CAPACIDAD

La MNCCI apoya a la industria local de lana y espino amarillo en las provincias de Arkhangai y Uvs al actuar como asociados en los proyectos y crear equipos formados por agricultores, pastores, representantes de asociaciones locales, bancos locales y gobiernos provinciales. Los grupos determinan las necesidades de las industrias. Este apoyo incluye la formación, la mejora de las prácticas de cultivo, la investigación y el suministro de infraestructura. La MNCCI también desarrolla estrategias y recauda el apoyo financiero o en especie de los miembros para poner en marcha esas estrategias.



MONGOLIAN NATIONAL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

CONTACTO

Ayana Badralt

Responsable del Departamento de Relaciones Internacionales, Comercio e Inversión

DIRECCIÓN

MNCCI building, Mahatma Gandhi Street
15th khoroo Khan-Ul district
Ulaanbaatar 17011
Mongolia

SITIO WEB

www.mongolchamber.mn

El proyecto ProValue garantiza las actividades de financiación de estos grupos en función de la demanda, y las alianzas con asociaciones nacionales de frutas y bayas y asociaciones nacionales de lana, así como el Centro de Investigación de los Alimentos de la Universidad Nacional de Ciencia y Tecnología de Mongolia. Los objetivos son el fortalecimiento del conocimiento y el fomento de la capacidad.

DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTO, RECOGIDA DE GANANCIAS, PUESTOS DE TRABAJO E INFRAESTRUCTURA

Espino amarillo – acercamiento a nuevos mercados

El espino amarillo es una planta cuyas hojas, flores, semillas y frutos tienen usos medicinales para tratar la artritis, úlceras gastrointestinales, gota y erupciones cutáneas causadas por enfermedades infecciosas como el sarampión.

Gracias al proyecto ProValue, se organizó la primera feria del espino amarillo en Uvs con el objetivo de mostrar el potencial del fruto y la gama de posibles productos derivados. Se presentó un zumo con menos azúcar, vino y polvo de espino amarillo. Se han realizado acercamientos a nuevos mercados como el japonés.

La recolección de las bayas de espino amarillo y los volúmenes de zumo y aceite han incrementado las actividades de los grupos dedicados al espino amarillo en Uvs. Esta iniciativa también ha ayudado a fortalecer la Cámara de Comercio e Industria y la ha hecho más sostenible al aumentar el número de miembros y mejorar sus finanzas. Los agricultores tienen una mayor concienciación sobre el control de los estándares y la conformidad, y la adhesión a las buenas prácticas internacionales. También han puesto en práctica técnicas de cultivo más sostenibles y han reducido el uso de pesticidas.

Gran éxito del proyecto de la lana de oveja

Con la construcción de los edificios de lavado y almacenamiento en la provincia de Arkhangai con el apoyo del proyecto ProValue se ha mejorado la salud animal, se ha incrementado la producción de carne y la producción y calidad de la lana de oveja. El centro sirve a 150 familias de

pastores. Inspirado por el éxito del proyecto, el gobierno provincial está planteando replicar este enfoque en otras regiones.

Se ha proyectado la construcción de una fábrica de cardado de lana en la provincia de Arkhangai que generará 15 nuevos puestos de trabajo y que tiene como objetivo beneficiar a los pastores locales al aumentar los precios de la lana virgen. Por otra parte, los productores locales de fieltro reciben apoyo para fabricar productos innovadores con nuevos diseños y aumentar así su mercado y sus beneficios. Los productores tuvieron la oportunidad de exhibir sus productos en la República Popular China por primera vez y fueron capaces de vender todas las existencias.





01

CEREMONIA DE ENTREGA DE LOS PREMIOS

Los Premios Mundiales de la Red de OPC 2018 se entregaron en una ceremonia de gala ofrecida por Business France en París.



02



03



04



05



06

01 Foto grupal de todos los ganadores: Daniel Küng, Nancy Hathout, Ahmed Kamal, Olusegun Awolowo, Pyung-oh Kwon, Arancha González, Magvan Oyunchimeg, Afua Asabea Asare, Hasan Al Mansoori y Christophe Lecourtier

02 – 06 Noche de gala

MEJOR EJEMPLO DE COLABORACIÓN

kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency

CONTACTO

Jooho Eric Park

Subdirector, Departamento de
Planificación y Coordinación

13, Heolleung-ro, Seocho-gu
06792 Seúl, República de Corea

www.kotra.or.kr

KOREA TRADE-INVESTMENT PROMOTION AGENCY

“Estoy muy feliz y agradecido de que los esfuerzos de la Korea Trade-Investment Promotion Agency para crear un ecosistema para los negocios mundiales hayan alcanzado un reconocimiento internacional. Desde que fui nombrado Presidente y Director Ejecutivo de KOTRA, hemos promovido la innovación en cuatro áreas diferentes. Una de ellas es la “asociación”. Creo que cada organización tiene su propia especialidad. Lo que las PYME realmente necesitan de una OPC es la cooperación con otras organizaciones para conseguir más beneficios. Basándonos en esto, KOTRA continuará aumentando sus asociaciones con otras organizaciones.”

**Pyung-oh Kwon, Presidente y Director Ejecutivo,
Korea Trade- Investment Promotion Agency**

PROGRAMA DE CUPONES DE EXPORTACIÓN ORIENTADO AL USUARIO

La República de Corea fue galardonada por su Export Voucher Programme, que hace que el apoyo a la exportación esté más orientado al usuario. El programa introdujo unos cupones similares al dinero para adquirir servicios de apoyo a la exportación de proveedores seleccionados y administrados por KOTRA y la Corporación de pequeñas y medianas empresas. El sistema de cupones rompe con las prácticas tradicionales gubernamentales de apoyo a la exportación y permite una compra en línea más simplificada de servicios relacionados con la exportación que cubran las necesidades de las pequeñas empresas.

UN CATÁLOGO DE SERVICIOS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN

El programa de cupones permite que las PYME dispongan de toda la información sobre el catálogo de servicios disponible y reduzcan la competencia entre los proveedores de servicios de apoyo a la exportación. Los paquetes del programa de cupones, establecidos de manera conjunta por el Ministerio de Comercio, Industria y Energía, y el Ministerio para PYME y nuevas empresas, mantiene un amplio catálogo de servicios que las empresas pueden “comprar” cuando lo necesiten. Este catálogo incluye desde el apoyo a los exportadores que están empezando hasta otros servicios más avanzados como la comercialización de bienes de consumo y del sector servicios. Entre los servicios podemos destacar los siguientes:

- Preparación para la exportación;
- Búsqueda de socios comerciales;
- Asistencia en la contratación;
- Expansión internacional.

AUMENTO EN LAS EXPORTACIONES, LA CAPACIDAD, Y EL NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO

El rendimiento del programa se mide por medio del aumento de las exportaciones y de la mejora en la capacidad exportadora de las PYME participantes. Sin embargo, uno de los resultados inesperados del programa fue que también contribuyó a la creación de nuevos puestos de trabajo, con lo que se añadió un valor social al programa. Se mejoró la capacidad exportadora de unas 448 empresas y las exportaciones actuales de 2.604 empresas participantes en el programa aumentaron en un 7,2%. Las empresas participantes también fueron capaces de crear 878 nuevos puestos de trabajo, lo que supone un aumento del 13,2% en el número de puestos de trabajo. También hubo buenas noticias para los proveedores de servicios de apoyo a las exportaciones. Sus ganancias aumentaron en un 7,6% en el periodo 2016-2017, y el empleo creció un 22,8%.

PREMIO DE RECONOCIMIENTO

MEJOR EJEMPLO DEL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



CONTACTO

David Avery
Director de Cleantech

Stampfenbachstrasse
85 8006 Zürich, Suiza

www.s-ge.com

SWITZERLAND GLOBAL ENTERPRISE

« Cleantech CUBE es una solución que beneficia a todos y que acerca al mundo la innovación suiza en los servicios y las tecnologías limpias, además de proporcionar a las empresas en el extranjero la experiencia que necesitan. Este intercambio crea valor para todas las partes y promueve el uso de las tecnologías limpias en todo el mundo. »

*Daniel Küng, Director Ejecutivo,
Switzerland Global Enterprise*

CLEAN TECH CUBE

Switzerland Global Enterprise (S-GE) fue galardonada por su Cleantech CUBE, una innovadora plataforma en línea que promociona a los proveedores suizos de tecnologías limpias en los mercados extranjeros.

S-GE ayuda a que las empresas suizas aumenten su potencial exportador al máximo. Al operar en un país pequeño con un mercado limitado, las empresas que forman parte del Cleantech CUBE a menudo no disponen de los recursos necesarios para posicionar sus productos y experiencia en los mercados internacionales. Cleantech CUBE consolida la información sobre las empresas suizas de tecnologías limpias registradas y ofrece una plataforma para la creación de redes de contacto con el fin de facilitar el intercambio, el comercio internacional y el crecimiento económico del sector.

CREACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN DE SOLUCIONES SUIZAS

Antes de la puesta en marcha de Cleantech CUBE, no existía una fuente de información única específica para las empresas

suizas del sector de las tecnologías limpias. S-GE analizó las necesidades de los clientes, examinó y validó ideas, y finalmente presentó una plataforma orientada al usuario que ofrece oportunidades de exportación a las empresas del sector.

Cleantech CUBE muestra un perfil altamente específico de las empresas del sector de las tecnologías limpias. Además, promociona sus capacidades, los tipos de negocio en los que participan, los sectores industriales que representan y sus mercados geográficos. Los compradores interesados pueden contactar con las empresas directamente.

Cleantech CUBE ha creado un entorno en el que los exportadores pueden presentar información sobre sus soluciones de tecnologías limpias, las partes interesadas pueden buscar soluciones y tendencias, y los inversores potenciales extranjeros pueden encontrar información sobre la experiencia y el saber hacer de las empresas suizas si están pensando en establecer negocios relacionados con estas tecnologías en el país helvético.

La plataforma cuenta con el apoyo de varias firmas registradas suizas así como del Registro Suizo de Empresas Comerciales. Además, la plataforma proporciona enlaces a los perfiles de las empresas en las redes sociales para que los posibles compradores conozcan mejor sus actividades actuales.

S-GE supervisa el impacto de Cleantech CUBE a través de Google Analytics y encuestas que realiza a los clientes. El interés por empresas específicas se calcula por medio del número de clics directos en sus perfiles de empresa.

El apoyo que proporciona Cleantech CUBE a las empresas de tecnologías limpias suizas quedó reflejado en el hecho de que el sector experimentó un gran crecimiento en Suiza. La evidencia es que el sector representa ya el 4,2% de producto interior bruto suizo, con un crecimiento del 25% en la creación de nuevos puestos de trabajo en el sector en los últimos cinco años.

PREMIO DE RECONOCIMIENTO

MEJOR INICIATIVA PARA ASEGURAR UN COMERCIO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE



CONTACTO

Ahmed Kamal
Director
Programas Internacionales de
Cooperación y Desarrollo

06 Gamet Al Dewal El Arabia
St. 5th Floor, El Mohandseen
Cairo, Egipto

www.expoegypt.gov.eg

EXPORT DEVELOPMENT AUTHORITY (EGIPTO)

“ Para la EDA, es un gran honor recibir el premio de la Red de OPC ya que con ello se ponen de manifiesto los esfuerzos realizados por Egipto para desarrollar la competitividad exportadora de las PYME y expandir su cuota de mercado internacional. La Iniciativa de Comercio Verde está completamente alineada con los objetivos y prioridades estratégicas egipcias en materia de exportación, que hacen hincapié en la inclusión y la sostenibilidad. ”

Sherine El Shorbgi, Consejera Delegada,
Egypt Export Development Authority

EGIPTO SE APUNTA AL COMERCIO VERDE

Egipto fue premiado por su Iniciativa de Comercio Verde (ICV) diseñada para desarrollar la capacidad de exportación. La mayoría de las pequeñas y medianas empresas de Egipto no son capaces de desarrollar al máximo su potencial exportador debido a su tamaño y al coste de participar en cursos de formación y ferias de promoción de las exportaciones.

Estas empresas representan aproximadamente el 4% de los exportadores de Egipto. Basándose en unas necesidades claramente identificadas, la Export Development Authority (EDA, por sus siglas en inglés) diseñó la ICV para desarrollar una capacidad de exportación para las PYME ajustada a su situación y ofrecerles servicios de promoción de las exportaciones apropiados. Todas las actividades estaban subvencionadas en su totalidad. La ICV perseguía mejorar la exportación de productos agrícolas y hortícolas, en particular a

Europa, y tenía el objetivo de conseguir la inclusión y la sostenibilidad. En línea con los objetivos de la EDA, la ICV también pretendía aumentar todas las exportaciones egipcias de este sector un 10% anual desde el año 2017.

DESARROLLO DE UN PLAN DE ACCIÓN Y OBTENCIÓN DE FINANCIACIÓN

El plan de acción de la ICV incluyó la asociación con las organizaciones nacionales de comercio, agricultura y exportación, así como el desarrollo de un programa completo de formación y talleres. La ICV también apoyó el desarrollo de planes de exportación y proporcionó orientación y asesoría para cada una de las 30 empresas participantes.

La EDA creó un sitio web a modo de plataforma para proporcionar información sobre mercados. También se apoyó la participación de las PYME en ferias de comercio y se envió una misión de exportación a los Países Bajos. Además, la comercialización, los talleres de promoción y una campaña de posicionamiento de marca ayudaron a promocionar las PYME en los mercados de la Unión Europea. Las estimaciones de coste de la ICV se basaron en unos presupuestos exhaustivos y minuciosos y permitieron asegurar 780.000 dólares de Estados Unidos de la Agencia Italiana para la Cooperación al Desarrollo.

UNA HISTORIA DE ÉXITO

Una evaluación intermedia indicó que las ventas de exportaciones de las PYME participantes en el programa habían aumentado en 6 millones de dólares de Estados Unidos y que 120 de esas órdenes de exportación provenían de Italia y los Países Bajos. La ICV también atrajo satisfactoriamente a 100 PYME egipcias al sector de la exportación.

JURADO DEL 2018

Posición	Organización	Nombre
Presidenta	Centro de Comercio Internacional	Arancha González Directora Ejecutiva
Miembros	Morocco's Investment and Trade Agency	Hicham Boudraa Director General
	Business France	Christophe Lecourtier Consejero Delegado
	International Trade Board of Madagascar	Herintsalama Rajaonrivelon Presidente
	PROCOMER	Pedro Beirute Prada Director General
	Centro de Comercio Internacional	Anders Aæroe Director, División de Empresas e Instituciones
Coordinadores	Centro de Comercio Internacional	Imamo Ben Mohamed Imamo y Ann Penistan

CONGRESOS PREVIOS

- En el 1^{er} Congreso de 1996 en Cartagena, Colombia, se abordó el impacto del nuevo sistema multilateral de comercio, tras la creación de la Organización Mundial del Comercio.
- En el 2^o Congreso de 1998 en Santiago, Chile, se observaron más de cerca las herramientas de promoción del comercio.
- En el 3^{er} Congreso de 2000 en Marrakech, Marruecos, 2000 participantes consideraron los retos de la economía digital y examinaron las dificultades que planteaban las asociaciones público-privadas y la evaluación del impacto.
- El turbulento entorno empresarial fue el tema del 4^o Congreso de 2002 en Pekín, China.
- En el 5^o Congreso de 2004 en San Julián, Malta, los participantes se centraron en la innovación y la acción práctica frente a las rápidas evoluciones del comercio mundial.
- Las oportunidades y dificultades para las OPC en el comercio mundial se abordaron en el 6^o Congreso de 2007 en Buenos Aires, Argentina.
- En el 7^o Congreso de 2008 en La Haya, Países Bajos, se exploraron cuestiones clave para que las OPC siguieran siendo competitivas en el cambiante mercado internacional.
- En el 8^o Congreso de 2010 en Ciudad de México, México, se abordó el impacto de las OPC, así como la forma de mejorar sus esfuerzos e informar al respecto.
- En el 9^o Congreso de 2012 en Kuala Lumpur, Malasia, los participantes examinaron los enfoques innovadores que aplican las OPC para afrontar las dificultades del entorno comercial de hoy en día y prepararse para el futuro.
- En el 10^o Congreso de 2014 en Dubái, Emiratos Árabes Unidos, los participantes se centraron en el papel facilitador que desempeñan las OPC en los procesos de internacionalización de las PYME, haciendo hincapié en el vínculo entre el comercio y las actividades de promoción de las inversiones.
- El 11^o Congreso, celebrado en Marrakech, Marruecos, en 2016 se centró en el impacto y las implicaciones en el comercio, la inversión y el empleo de las tecnologías digitales, las cadenas mundiales de valor del futuro y el surgimiento de África como el próximo destino del comercio y la inversión.
- El 12^o Congreso, celebrado en París, Francia, en 2018 abordó el nuevo papel de las OPC como fuerzas conectoras que proporcionan servicios de forma

continuada por medio de asociaciones, la adopción de nuevos modelos de negocio, la medición y el registro de los resultados y el impacto y la apuesta por la mejora de las habilidades para la era digital.

PAST WINNERS

- **2004:** Uganda, Corea, Australia, Jamaica, Bulgaria y Colombia
- **2006:** Zambia, Finlandia, Mauricio, Mongolia y Chile
- **2008:** Afganistán, Nueva Zelanda, Jamaica, Kenia y Costa Rica
- **2010:** Mauricio, Reino Unido y Brasil. Mención especial y segundos puestos: Armenia, Australia, Hungría y Malasia
- **2012:** Uganda, Austria, Jamaica, México; Mención especial, segundo y tercer lugar: Suiza, República Dominicana, Zambia, Jordania, Lituania, Benín, Emiratos Árabes Unidos y Francia
- **2014:** Zambia, Mauricio, ProMexico; Mención especial: Lituania y España
- **2016:** Costa Rica, France and Madagascar

CONGRESO MUNDIAL DE LA RED DE OPC 2020

- El 13^o Congreso Mundial de la Red de OPC tendrá lugar en Accra, Ghana, en 2020.

Esta publicación se basa en las presentaciones de las organizaciones ganadoras de los Premios Mundiales de la Red de OPC 2018 y fue preparada con ayuda de varias personas de esas OPC y el ITC.

Si desea más información sobre el Congreso y Premios Mundiales de la Red de OPC visite www.tponetwork.com

Impreso por los servicios de impresión digital del ITC utilizando papel ecológico (sin cloro) y tintas de base vegetal. Los materiales utilizados en la versión impresa son reciclables.

Dispone de una versión en PDF gratuita en el sitio web del ITC en: www.tponetwork.net



Centro de
Comercio
Internacional



Dirección sede
International Trade Centre
54-56 Rue de Montbrillant
1202 Ginebra, Suiza

T: +41 22 730 0111
F: +41 22 733 4439
E: itcreg@intracen.org
www.intracen.org

Dirección postal
International Trade Centre
Palais des Nations
1211 Ginebra 10, Suiza